

„Vis mig dit køleskab...“ – om mad og kulturanalyse

Niels Kayser Nielsen

Spar på sovs og spar på fløde, spar på flæsk, forsag det søde. Ingen er i tvivl om, hvad der er forkasteligt, og hvad der er anbefalelesesværdigt. De gode råd og påbudene vil ingen ende tage. I dag ved danskerne gennemgående godt, hvad der er det ernæringsmæssigt rigtige. Og lige lidt hjælper det. De forskellige råds og styrelses anprisninger af den sunde kost har ikke den store gennemslagskraft og ligner spildte Guds ord på Balle-Lars. Men når nu danskerne godt ved, hvad der er det rigtige, og alligevel gør det forkerte, har vi et problem: hvorfor gør danskerne ikke, som de „skal“?

Allerede her dukker der er et næste problem op; for hvad er nu det „rigtige“? Er det „rigtige“ det som er mest funktionelt i et ernæringsperspektiv? Eller er det „rigtige“ det som er mest hensigtsmæssigt i et kulturelt perspektiv som led i en slags dobbeltstrategi, der dels bestræber sig på at skabe orden i kaos (som man sagde i 1980'erne), dels bestræber sig på identitetsorganisering og -konstruktion (som man sagde i 1990'erne)?

Dette problem er ikke så ligetil at løse, for umiddelbart ville man nok sige, at det kulturelle perspektiv da er det vigtigste – og at det ernæringsmæssige spørgsmål blot er noget væmmeligt essentialistisk og biologistisk snavs, som man alligevel ikke behøver at kere sig om. Vi er vel konstruktivister – og kan dermed se helt bort fra kroppens fundamentale behov.

Helt så simpelt forholder det sig dog næp-

pe i det hele taget – og ideerne om den postkonstruktivistiske forskning breder sig da også generelt inden for kulturforskningen – og helt så simpelt er det givetvis ikke, når vi har med mad at gøre, for et af særkenderne ved maden er, at vi tilsyneladende bedst kan lide det, som også gavner os ernæringsfunktionelt – eller i det mindste giver os en hurtig mæthedsfornemmelse. Dvs. at befolkningen skam også forholder sig til den ernæringsmæssige side; omend ikke udelukkende. Det ser med andre ord ud som om – under forudsætning af, at de offentlige kostanbefalinger også er ernæringsmæssigt forsvarlige – at det ikke er her vi har problemet: at der er et misforhold mellem det offentliges kostanbefalinger og befolkningens madpræferencer. Altså må vi et andet sted hen.

Universalisme og partikularisme

Når man taler forbi hinanden, er årsagen måske snarere at finde i et misforhold mellem samfund og individ – og den manglende synkronisering mellem disse to størrelser.

Ét omdrejningspunkt inden for såvel den idéhistoriske forskning i Modernitetens samfundsmæssige implikationer som forskningen i velfærdsstatslige organiseringsprincipper er begrebsparret: universalisme vs. partikularisme (Liedman 1997). Begge begreber har, periodisk, haft samfundsmæssig aktualitet, for så vidt som man i givne historiske perioder har diskuteret, om alle – universalis-

tisk – har skullet have lige adgang til samfundsmæssige rettigheder, eller om man – partikularistisk – har skullet tage hensyn til de enkelte borgeres særlige behov. Som hovedregel har den offentlige debat om problemet drejet sig om afvejning af disse principper.

Denne problemstilling aktualiseres på ny i disse år: skal alle – universalistisk – have lige adgang til alle sundhedsmæssige og sygdomsforebyggende tilbud – eller skal man nuancere ud fra en differentieret samfundsintegration?

Problemstillingen er ikke mindst aktuell på området sundhedsoplysning (herunder synet på mad og kost). Her gør det sig gældende, at en række af sundhedskampagnerne har haft en ringe gennemslagskraft, for så vidt som de – universalistisk – har henvendt sig til befolkningen i almenhed. Det indebærer, dels at man har henvendt sig til et abstrakt individ: samfundsborgeren i almindelighed, dels at man har rettet henvendelse til et samlet samfund, som man har ment var monokulturelt og enhedspræget. Over for disse initiativer står det enkelte samfundsindivids personlige – og partikularistiske – erfaringer, som er knyttet dels til en specifik livshistorie (i tid), dels til en særskilt „lokalitet“ (i rum), i betydningen: et specifikt miljø, en specifik historie og en særegen kulturel arv. Hvor sundhedskampagnerne i høj grad har forholdt sig strategisk og dermed alment henvendende sig til befolkningen, har befolkningen i tilsvarende grad forholdt sig taktisk (de Certeau 1984) til befolkningsstrategierne og pejlet sig selektivt frem mellem de tilbud, der måtte forekomme ræsonnable og i overensstemmelse mellem de givne erfaringer.

Britiske undersøgelser af sundhedskampagners gennemslagskraft peger i retning af en yderst differentieret tilegnelse: minoritets-samfundene udviser ganske anderledes madkulturelle mønstre end britisk-fødte borgeres spisevaner, hvorfor det er nødvendigt at indrette kostkampagnerne i overensstemmelse

hermed (Murcott 1998: 116). – Eller som det er blevet formuleret i et værk om medborgerskab og menneskerettigheder: universalistiske rettigheder kan ganske vist hindre (kultur)imperialistiske overgreb, men de kan også kvæle lokale og partikularistiske vaner og historisk-traderede præferencer (Turner 2001: 21).

Og så ender vi alligevel med at nå frem til en problemstilling, som i bund og grund er af kulturel karakter. Med den vigtige tilføjelse, at der ikke kan opereres med én monokultur, men med flere kulturer, som dels kæmper indbyrdes, dels hver især har uorden i sit hus.

Eller sagt på en anden måde: begreberne universalisme og partikularisme bør ikke kun reserveres til analyse af politiske og sociale forhold. De vedrører også kulturelle forhold og drejer sig i sidste instans også om at inkredse mulighedsbetingelserne for et kulturelt medborgerskab, hvor borgernes hverdagsliv tages helt anderledes alvorligt end i den politiske diskurs, der har tendens til at reducere borgerne til kunder og klienter med standardiserede og universalistiske rettigheder – og behov. Det store spørgsmål er med andre ord, hvorledes en rettighedstænkning kan kombineres dels med lokale særegenheder og med behov, der stritter i flere retninger – dvs. behov, der er flerdimensionale og „ulogiske“.

Det er dette problem, som er i fokus i denne artikel, hvor der rettes ind på befolkningens spisevaner og madkultur; i håb om at vise at denne ingeniørlige er éntydig, men derimod kompleks og paradoksalt – og dermed mere „uregerlig“ end de standardiserede kampagner for bedre ernæring og sundhed lader forstå.

For at få et overblik over befolkningens spisevaner og ernæringssituation må man da kaste et blik på fænomenet madkultur; i *sociologisk, kulturhistorisk og -analytisk* belysning. Den type forskning er der hidtil ikke set meget af på dansk, medens vi til gengæld har en lang række gode ernæringsmæssige undersøgelser af empirisk art (O’Doherty Jensen

og Holm 1998). Hvis man vil gøre sig forhåbninger om at ændre og forbedre dansk madkultur er der et stort behov for afklaring af de kulturelle *forudsætninger* for danskernes madvaner. Og her kan man roligt udgå fra, at madvanerne er bestemt af andet end sundhedshensyn. Det er de da også. Men lad os i første omgang se på de sociologiske og socialhistoriske forudsætninger.

Sociologiske rammer

Først og fremmest ser det ud som om, at man fra det offentliges side fortsat har svært ved at forstå, at maden ikke kun er kost og føde. I ønsket om at have sikker grund, når man udtaler sig om maden og vil have den drejet i den rigtige retning, holder man sig til det, der kan vejes og måles, og gør dermed maden til et kemisk og biologisk forehavende. Eller man holder sig til det, der kan tælles: enten antallet af kalorier eller antallet af personer, der spiser på den ene eller den anden måde. At det ikke er nok, siger næsten sig selv og i hvert fald ved enhver, der har taget spist en mundfuld og drukket en slurk, at den slags siger meget lidt om, hvad mad og drikke er for noget. Som den tyske filosof Ernst Bloch engang sagde: det er ikke nok at analysere sodavanden på naturvidenskabelig vis og finde frem til dens kemiske formler; man skal også huske smagen. Tilværelsen er større og rigere end tal og tabeller. Det ved forbrugerne godt, og det ved reklamebranchen godt.

Reklamebranchen har sans for smag. Det kan man overbevise sig om lørdag formiddag, når man hører det velkendte dunk ved brevsprækken. Ugens reklametak er ankommet. I gennemsnit vejer hele stablen ca. 0,8 kg. Heraf udgør reklamen for mad en betragtelig del. Flot og indbydende, forførende og farligt – for sundheden. Med et lettere pornografisk anstrøg; i hvert fald appelleres der til synssansen. Lange stive agurker og saftige meloner, for slet ikke at tage om figer i Marsala. Og så om lørdagen. Her kan man let

få ørerne i smags- og sanselighedsmaskinen.

Det ligner Davids kamp med Goliath. Her til kan lægges, at medens ernæringskampagner generelt må „nøjes“ med at informere via pjecer og udstillinger, har reklamekampagnerne aviser, ugeblade, magasiner og fjernsyn som medier. Reklameomkostningerne som helhed i Danmark – set i forhold til de forskellige medier – fordelte sig i 1993 på: aviser 63, 2 pct., magasiner 14, 2 pct. og tv 18, 1 pct.

Vi har ingen danske undersøgelser af, hvad der reklameres for på madområdet, men en undersøgelse fra begyndelsen af 1990'erne i Canada viste, at fødevarereklamerne udgør 28 pct. af samtlige reklamer vist i aften-timerne. Produkttyperne i disse reklamer bestod i prioriteret rækkefølge af: drikkevarer, færdigretter, morgenmadsprodukter, slik og chokolade, frugt, frugtjuice og grøntsagsprodukter (især pommes frites). Stikprøver i dansk og svensk tv's reklamer viser, at situationen i Sverige minder om den canadiske, medens dansk tv ikke reklamerer slet så meget for mad og drikkevarer. Ikke desto mere må man slå fast, at ernæringsoplysningen har nok at slås med.

Nu kunne dette se ud som om, at det altsammen er de fæle reklamers skyld. At det er dem, der leder danskerne i sundhedsmæssigt uføre. Det ville man have sagt for ti år siden, da man mente, at reklamerne skabte verden. I dag har man et mere nuanceret syn på de dele og hælder snarere til den anskuelse, at reklamerne „blot“ systematiserer og fortolker forbrugernes ønsker. Hvis det er rigtigt, betyder det, at forbrugerne godt selv kan finde ud af at være sundhedsmæssigt „uartige“. Det er der da også meget, der taler for. At være „uartig“ betyder nemlig at forfølge partikularistiske interesser, og de er meget ofte uartige, snævre og egoistiske. – Men samtidig er de også kulturelle – og dermed komplekse.

Madkultur eller kost?

Først og fremmest er maden noget, vi bruger

til at fortælle om os selv for os selv (og andre). Vi bruger med andre ord maden som led i en personlig, social og kulturel identitetsdannelse og som led i en distinktion i forhold til andre, dvs. til at samle os om en identitet og til at adskille os fra andre. Med andre ord drejer det sig – som så ofte inden for kulturvidenskaberne genstandsfelt – både om sammenhæng og forskelssættelse, enhed og differentiering. Det gælder på både individuelt, familiært, regionalt og nationalt niveau, at maden ud over at fungere som kost også har signalværdi. I ernæringsmæssig henseende er der ikke større forskel på grønkål og broccoli; i kulturel henseende er der en verden til forskel.

Imidlertid er denne signalværdi ikke éntydig. Det skyldes, at også maden er underlagt en generel kulturel kompleksitet, nærmere bestemt er vores madkultur af i dag præget af paradokser og dikotomier.

Allerede her dukker der et første overordnet problem op, for trods alskens ønsker om at bruge maden som udtryksstørrelse og identitetsmærker undkommer man aldrig det vilkår, at madens egentlige egenskab – trods al kulturel iscenesættelse og repræsentationsfunktion – er og bliver at fungere som føde. Det har en post-konstruktivistisk tilgang lettere ved at besinde sig på end en konstruktivistisk. Det viste sig ikke mindst i de fattigfine 1980'ere, når folk inviterede andre i byen, fx til en dyr firmamiddag for forretningsforbindelser, og så serverede det nye „franske køkken“ med en smule kød i det ene hjørne af tallerkenen og to rå gulerødder over kors i det andet. Her gik mangan madelsker „grædende af leg“ – ikke mindst fordi de kunne huske tidligere tiders overdådige, men ikke særligt raffinerede madretter, som man blev så herligt mæt af (Kayser Nielsen 1991).

Maden er altså fortsat også kost og ernæring. Det er et overset, men væsentligt faktum, at maden holder os i live. Selv den mest ekspressive japanske tang har også en funktionel værdi og fungerer som kost. Men

samtidig er den altså også et kulturelt udtryks- og identitetsmiddel, hvormed vi dels viser hvem vi selv er, dels bruger til at forstå os selv som noget særligt i forhold til andre. Konkret indebærer det bl.a. at vi gerne vil spise sundt og godt, men også gerne „tage os ud“ og vise, hvad huset formår i distinktiv henseende. – Og så over til nogle af de øvrige paradokser:

Innovation eller tradition?

Den første og mest basale drejer sig forholdet mellem *innovation* og *tradition*. Vi vil gerne vise, at vi er med på alt det nye, og at vi har fast grund under fødderne. Derfor udsender vi signaler om soliditet. Det indebærer, at vi både tager del i et madkulturelt opbrud og samtidig holder fast i såvel private vaner og rutiner som offentlige skikke og traditioner (Frykman og Löfgren 1996). I identitetsmæssig henseende kan både det nye og det gamle i madkulturen fungere hensigtsmæssigt. På den ene side vil man gerne spise alligatorsuppe og hajfiner; på den anden side synes man, at det ikke har været rigtig sommer, hvis ikke man har spist jordbær med fløde eller afsluttet sæsonen med en „kræftskiva“ (Salomonsson 1996). Og til jul holder de fleste forbløffende godt fast i gamle velprøvede retter som flæsksteg, and eller gås – med ris à l'amande som dessert. Her ville den ellers så populære lasagne ikke høste store triumfer (Kayser Nielsen 1997).

Denne konservatisme viser sig ikke mindst på det område, man kalder madens „format“, dvs. dens sammensætning. Denne er som oftest domineret af et normativt ideal for, hvorledes et „rigtigt måltid“ skal komponeres. Tydeligst viser det sig med hensyn til dagens varme måltid, der i den vestlige verden som hovedregel er bygget op omkring kødet som centrum. Hertil kræves desuden ledsagelse af enten kartofler eller ris eller pasta samt af grøntsager og en slags sauce. Dette grundmønster ændres forbløffende lidt, og Mary Douglas har i en berømt artikel i tidsskriftet

Daedalus i 1972 (i øvrigt det nr. af tidsskriftet, som indeholdt Clifford Geertz' lige så berømte artikel om hanekamp på Bali) betegnet konstellationen af sådanne grundelementer som madens „grammatik“ (Douglas 1972).

At der kan være store udsving fra land til land, hvad angår den kvantitative fordeling mellem disse „grammatik“-elementer, ændrer intet ved selve format-grundlaget. Ejheller er det i dette perspektiv vigtigt, at den kvantitative fordeling af de basale ingredienser kan ændre sig over tid. At danskerne ifølge en undersøgelse fra 1993 har et kødforbrug, som ligger ca. 50 pct. over Norge og Sverige (Holm og Iversen 1997: 43), ændrer basalt set intet ved madens format. I grunden er hverdagslivets mad-format lige så rodfæstet som opfattelsen af, hvorledes det „rigtige“ julemåltid skal være.

Nationalt eller internationalt?

I forbindelse med afvejningen af nyt og gammelt spiller (mis)forholdet mellem det globale og det nationale også en rolle. McDonaldiseringen er kommet over os med et ensartet standardkoncept. Det internationale og „fancy“ i form af cola og chips har høj status blandt de unge. I 1995 konsumerede hver dansker 85 liter læskedrik. Det var en stigning på 20 liter på bare to år. Heraf tegner Coca Cola sig for en væsentlig del. Men internationaliseringen flankeres af et ønske om at signalere danskhed og tilhørsforhold, når der skal spises „rigtige“ måltider. Og „rigtig“ dansk mad har de sidste hundrede år bl. a. indebåret madreter og pålæg med et højt fedtindhold, dvs. mad som vi mener smager „rigtigt“. Kendetegnende nok blev Kirsten Hüttemeier med det solide danske køkken som speciale pludselig kultfigur, da ny-nationalismen for alvor fik vind i sejlene midt i 1990'erne. Her kunne de fancy „sexkokke“ godt gå hjem og lægge sig.

I mange tilfælde bliver løsningen på denne modstilling mellem det internationale og det

nationale en mellemting, som man kalder „*glokalisering*“ (Featherstone 1995). Også her er der masser af eksempler at tage fat i. Hovedsagen er, at man vælger det ud fra det internationale køkken, som både er fremmed og fortroligt. Det er næppe nogen tilfældighed, at det netop er retter som moussaka og spaghetti bolognese af alle italienske retter, som går sin sejrsgang i det farsglade Danmark. Man kunne også tage pizzaen:

Da den kom til Danmark omkring 1970 (i Sverige skete det nogle år tidligere), var den umiskendeligt italiensk. „*Ouattro stagioni*“ var én af klassikerne. Sådant er det ikke mere – nu kan man få den med oksekød, spejlæg og fars: danskerne kan ikke undvære sine frikadeller. Pizzaen minder i dag mest om biksemad på en dejbund. Man fastholder dele af det eksotiske og indretter sig i øvrigt efter den lokale smag. Midt i alskens oprud er der altid en god portion træghed.

Og så er det yderligere interessant at se, at de mellemlag, som dyrker det nye, det sunde og det eksotiske, også er den befolkningsgruppe som mest holder fast i frikadellerne. Endnu et paradoks – eller en kulturel kompleksitet. Eller måske ikke? Måske er det blot den sædvanlige gamle historie om distinktion: at når nu socialgruppe fire og fem svælger i junk food og chips, markeres status ved referencer til både det ekstravagant nye og det autentiske (James 1997). Nøgleordet er ægthed. Også inden for madkulturen er der en tydelig tendens til at erklære noget mere ægte og autentisk end andet. Selv det konstruerede får let et ægthedspræg. Man har tilsyneladende ondt ved at godtage konstruktivismen – også på madområdet; som Göran B. Nilsson fornylig har vist det i et essay om norsk madkultur. Og det er beklageligt, eftersom ethvert kulturfænomen, udover de biologinære konstanter i historisk udgave, også rummer et mere eller mindre udpræget indslag social konstruktion (Nilsson 2001).

Forestillingen om en globaliseringstendens

er blevet nuanceret fra flere sider. Argumentationen er for det første den, at i det øjeblik globaliseringen tilegnes, må den samtidig blive af-eksotiseret. I madkulturel henseende ville vi sige, at vi spiser os ud af det eksotiske – eller rettere spiser det eksotiske ud af det eksotiske. Geografiens begrænsninger viser sig at være provisoriske: rummets fjernhed bliver til et spørgsmål om tid. Snart er rummet ikke længere stort og fjernt, men tæt på og intimt, fordi maden her fungerer som fortolknings- og forståelsesinstans. Undertiden bruger man betegnelsen „køkkenbords-turisme“ om denne proces, idet man gør gældende, at hvor det tidligere var „lysbilled-turismen“, med synssansen i fokus, som bidrog til annammelsen og forståelsen af det fjerne og eksotiske, er 1990'erne langt hen vidne til, at vi fortolker med smagssansen. Den „frække“ og hurtige britiske tv-kok Floyd, der rejser verden rundt og laver både mad og tv, kan ses som en hybrid af disse to tilegnelsesformer. Det samme er de køkken- og madlavningsudsendelser, der er så populære i svensk tv: også her introduceres bestandigt nyt fra ud- og indland – men med et distinkt touch af svensk „husmanskost“. Tore Wretman har ikke levet forgæves.

Gammel vin på nye flasker

En anden måde at nuancere globaliserings-tendensen et at gøre gældende, at der „kun“ er tale om en homogeniserings-tendens. McDonaldiseringen og Coca Cola-seringen er så total, at det ikke giver mening at operere med noget hverken globalt eller eksotisk. Madkulturen ensrettes og nærmer sig en fælles standard. Der er ikke den store forskel på at spise i Lagos, Rio de Janeiro og Helsingør. Dette noget mistrøstige syn har dog ikke vundet ubetinget hævd:

For, som det er blevet påpeget, er der pokker til forskel på at spise McDonald-mad rundt omkring i verden – især med hensyn til betydning (Smart 1994). McDonald betyder

én ting i Moskva, noget andet i Aarhus. Den kulturelle betydning er så afgørende forskellig, at denne mad ganske enkelt repræsenterer noget vidt forskelligt. I Moskva er McDonald en sensation og et tegn på vestlig „civilisation“: i Aarhus impliceres der fart, sikkerhed og fortrolighed med en verdensomspændende mad-industri, midt i et „risiko-samfund“. McDonald betyder her udviskning af farlige forskelle, for navnet står også for det velkendte. Det samme gør sig gældende for Coca Cola. Også dette produkt repræsenterer i den vestlige verden det vante og sikre. Men sådan ser det ikke ud alle steder. Det er af afgørende betydning, om den drikkes på stranden i Skagen eller i en landsby i den „tredje verden“. Med andre ord er det nødvendigt altid at have de kontekstuelle relationer for øje.

Ved siden af den kulturelle betydnings-forskel kan man anfægte homogeniserings-tanken ud fra et substantielt synspunkt. Ganske vist er konceptet for en McDonald-bøf det samme verden over, men maden er alligevel forskellig: kødet, saucen og melet til brødet er ikke identisk i Moskva og Manchester. Det globale tager nødvendigvis farve af det lokale, og de multinationale mad-selskaber bruger endda dette offensivt, idet man tilstræber at nærme den fysiske smag af maden så meget til det lokale, som konceptet kan bære i ideologisk og kulturel henseende, således at der bliver tale om en hybridisering og en creolisering. Som et supplement til „amerikanisering“ og „japanisering“ bør man da også tale om en „glokalisering“, nemlig sammensmeltningen af det globale og det lokale. Bevægelsen går således ikke kun fra centrum til periferi, men også den anden vej. Den overgribende tendens til creolisering indebærer ikke kun, at centrumets „standard“ sætter sig igennem, men også at periferien snakker med og svarer igen.

I den forbindelse forekommer det påny relevant at inddrage Allison James' studier i det engelske køkken. Her viser hun bl.a., at

selv om det engelske køkken i dag er kendetegnet af oversøiske råvarer, madretter, restauranter og „take away“-køkkener, skal man være forsigtig med at overdrive betydningen heraf. I virkeligheden er alt ved det gamle, skriver hun (James 1997). En stor del af den oversøiske madkultur er nemlig i Storbritannien udformet således, at der tages hensyn til et særligt britisk krav om, at maden skal være nem at have med at gøre: hurtig at tilberede og ukompliceret at spise. Hertil kommer, at det udenlandske køkken i Storbritannien „angloficeres“. Hun gengiver et eksempel fra BBC's *French Cookery Course*, hvor der til slut serveredes en dessert, som imidlertid mere lignede en traditionel engelsk „pudding“, og som med sin søde, fede smag blev præsenteret som „naughty but nice“ og dermed lagde op til sødmefyldt syndighed. I Frankrig er maden aldrig „syndig“, tilføjer Allison James lakonisk.

Hertil kommer, at den traditionelle statusdifferentiering ved hjælp af kulturel smagskapital ingenlunde er forsvundet som følge af globaliseringen af det britiske køkken: man ventilerer fortsat sin gode smag i kraft af maden, og i den forbindelse er det så interessant at se, at det er fattigrøvene, som spiser pizza og kinesisk mad, medens den aristokratiske smag kræver mere eksotiske og frem for alt nye retter. Så også her er alt ved det gamle; distinktions-nissen flytter med.

Denne udvikling, som måske er tydeligere i Storbritannien end i noget andet europæisk land, umuliggør i sin tur enhver forestilling – også på madområdet – om en „ren“ global og en „ren“ lokal kultur. Globaliseringsprocessen skaber ikke en kulturel uniformitet, men skærper måske i virkeligheden sansen for det særegne og de små nuancer. Kendere vil vide, at den ifølge indpakningen samme cigaret smager forskelligt i Frankrig og i Finland. Hertil kommer, at smagssansen varierer fra kultur til kultur: moderne engelsk har kun en håndfuld ord for forskellige smagsnuancer, hvorimod

koreansk siges at have en mangfoldighed (Ong 1991: 27). Det er nærliggende at tro, at det modsvarer en større smagsdifferentiering.

Ro eller fortravlethed?

Yderligere et eksempel på de modstridende tendenser vedrører forholdet mellem *mad og tid*. Vi vil have tid til overs og spiser derfor gerne bekvemme og hurtige færdigretter og fast food, men samtidig vil vi anstrenge os og kun have det bedste af det bedste. Misforholdet mellem disse to størrelser kan give dårlig samvittighed, som vi så dulmer med trøstespiseri, der kompenseres med vegetarkost etc., etc.

Det kan også give anledning til megen debat i supermarkedet og en god del røg i køkkenet, men undertiden finder man på smarte løsninger. Pasta'en er én af dem. Den er let at have med at gøre, hurtigere at tilberede end kartofler og går for at være sund, men samtidig lider den – trods sin italienskhed – under at være masseproduceret og ganske kedelig i sin klichéagtige plastic-indpakning. Løsningen på denne dobbelthed er såkaldt „frisk“ pasta, som har alle pasta'ens traditionelle gode egenskaber, men også et skær af hjemmelavethed, håndværk og autenticitet (Warde 1997: 64 ff.). Og det er tilsyneladende noget danskerne kan bruge. Vi er ikke det land i verden, der spiser mest hjemmelavet pasta, ejheller dem, der spiser mest plasticpasta – men danskerne fører suverænt på området fabrikslavet „frisk“ pasta. I 1997 blev der solgt 3.500 ton „frisk“ pasta, hvilket svarer til to og en halv pakke pr. indbygger. Herved kan man slå mange fluer med ét smæk: man sparer tid, man spiser sundt, og man spiser en lille smule anderledes. Den såkaldte „friske“ pasta er ikke kun føde, den er også madkultur.

Mad og køn

Samtidig med at vi vil have kønslig ligestilling, vil vi også gerne profilere os som „rig-

tige“ mænd og „rigtige“ kvinder og tyr derfor også til de velkendte matricer for, hvad der er typisk mandlig og kvindelig mad: rødt kød til vor far og bleg kylling til vor mor. Eller måske slet ikke kød til vor mor.

I den forbindelse er det ikke uinteressant at hæfte sig ved, at i den generelle tendens til at undgå kød tegner kvinderne – især yngre kvinder – sig for hovedandelen. Ifølge en større britisk undersøgelse fra 1990 spiste 22, 4 pct. af kvinder i alderen 16–24 år aldrig eller sjældent kød; for kvinder som helhed var tallet 12, 8 pct. De tilsvarende tal for mænd var henholdsvis 9, 1 pct. og 7, 1 pct. (Fiddes 1991: 29). I betragtning af den samlede tendens til at fravælge kødet kan man derfor, måske, tale om en feminisering af maden.

Som hovedregel gælder, at jo lysere maden er (kød og brød), desto mere typisk kvindelig er den. Det er vigtigt at holde kvinderne borte fra det rå kød, for at ikke lokke det brutale og aggressive frem, skriver sociologen Sten Andersson ironisk (Andersson 1987: 63). Den kvindelige smag skal præges af det stille og milde, og kvinden spiser derfor fisk, som er løsere og blødere i kødet end fx mørkt oksekød. Tilsvarende er det søde blevet anset som kvindernes domæne. En likør til kaffen anses for mere kvindeligt „naturlig“ end en cognac.

Også når vi ser på den daglige madlavning kan vi konstatere en vis traditionsfastholdelse. Hus- og madlavningsarbejdet er fortsat, på trods af færdigretter og halvfabrikata, først og fremmest et kvindeanliggende. En svensk undersøgelse fra 1990 blandt husstande i universitetsbyerne Uppsala og Umeå viste, at kun ca. 5 pct. af mændene havde hovedansvaret for den daglige madlavning (Ekström 1991). Ganske vist synes mændene at varetage en stadig større del af husarbejdet end fx i 1960'erne, men netop på madområdet er der ikke sket det helt store. Her viser både danske og svenske undersøgelser, at kvinden fortsat har hovedansvaret for madlavningen.

En af forklaringerne herpå kunne være, at madlavning er en vigtig del af kvinders identitet, og at de derfor nødtigt lader denne mulighed for identitetsskabelse gå fra sig (Fürst 1995). Dette ved vi imidlertid ikke meget om. Her vil empiriske undersøgelser i de nærmeste år formodentlig kunne af- eller bekræfte en sådan forklaringstype, men indtil videre synes kvinders ansvar for madlavningen i hjemmet at være et godt eksempel på, at netop denne sfære af madkulturens skala er præget af en hel del traditionalisme, hvortil kommer, at de mænd, som faktisk laver mad i familien, næppe vil beskyldes for uduelighed. Derfor vil de som regel vælge det sikre frem for det usikre, hvilket også bidrager til en vis konservatisme. – På den anden side er der også undersøgelser, som peger i retning af, at mænd har et mere afslappet forhold til sundhedsaspektet og en vis faible for at inddrage halv- og helfabrikata i måltiderne.

„Græsning“ eller familiemåltid?

Nært beslægtet hermed er modsætningen mellem på den ene side såkaldt „græsning“, hvor man spiser en smule hist og her dagen lang uden faste tidspunkter, og familiemåltidet på den anden side. En svensk undersøgelse fra 1988 viser, at forestillingen om familiemåltidets forsvinden er intet mindre end en myte (Jansson 1988). Baseret på etnologiske dybdeinterviews med 60 unge husholdninger på Södermalm i Stockholm viser undersøgelsen, at enlige unge spiser mere ensidig kost end andre, dvs. kaffe og „madder“, yougurt og suppe. Enlige med børn spiser mere varieret og næringsrigtigt, og får i de fleste tilfælde middagsmad hver dag. I familier med to voksne og et eller flere børn opfylder aftenmåltidet en vigtig funktion som dagligt samlingspunkt. Hel- og halvfabrikata forekommer sjældent. Der er ikke forskel på, om begge forældre eller kun én af dem er udearbejdende. Førstnævnte gruppe organiserer sine indkøb mere systematisk, men maden adskiller sig ikke

nævneværdigt, og i begge tilfælde prioriteres det fælles middagsmåltid højt.

Denne opfattelse bekræftes af etnologen Pia Götebo Johannessons studier i landbrugskvindens liv i et lokalområde i Västergötland. Her er det tydeligt, at mange mænd fortsat fordrer, at kvinden skal stå for madlavningen. De er traditionsbundne og vil have, at tingene skal foregå som på deres mødres tid, men det er lige så evidenter, at dette traditions-element også har indvirkning på familiemåltidet. I en af de yngre familier påpegede man, at der blev „ventet på hinanden“ for at kunne spise sammen. Børnenes fritidsaktiviteter kunne undertiden stå i vejen for familiemåltidet (deres gymnastik var placeret i spisetiden), men som helhed fandt man det vigtigt, at i det mindste hovedmåltidet var fælles, og at ikke mindst børnene var med (Götebo Johannesson 1996: 228 ff.).

I den forbindelse er det ikke uinteressant at se på situationen fra børnenes og de unges synsvinkel. Her kan man inddrage en engelsk undersøgelse vedr. teenageradfærd (Hendry m.fl. 1993: 96 f.) Her blev unge mennesker spurgt om, hvilken af fire forskellige aktiviteter foretaget sammen med én eller flere af forældrene de hyppigst tog del i: at spise sammen om aftenen, at lave husarbejde, tage på tur sammen og dyrke spil/sport, og undersøgelsen kunne dokumentere, at det at spise sammen rangerede højest. Hele 62 pct. af de 11-årige spiste sammen med familien, men tallet faldt dog drastisk for de 15-årige, idet selvstændighedstrangen her var slået igennem, således at kun 35 pct. tog del i et fælles aftensmåltid. For børn i familier med en enlig forælder var deltagelsen i fælles aftensmåltid i øvrigt lave-re, end hvor der var to forældre i familien.

For Danmarks vedkommende er det karakteristisk, at danskerne anstrenger sig for at kunne leve op til kravet om familiemåltider. I den forbindelse spiller den faktiske frekvens en mindre rolle; det afgørende er bestræbelsen. For samtidig med bestræbelsen konstate-

rer man også en hyppig forekomst af brud på normen. I masser af børnefamilier er én eller begge forældre fraværende ved aftensmåltidet. Hverdagslivet er således ikke en friholdt helle, hvor den pulserende verden „udenfor“ er suspenderet. Hverdagslivet er ikke anderledes end samfundslivet (Gullestad 1989: 17 ff.), men ideen herom er det – med et ubehageligt gab mellem erfaring og norm til følge: man er urolig for ikke at kunne leve op til standarden for familiært hverdagsliv.

På den anden side er det vigtigt at være opmærksom på, at kræfterne om familiemåltidet især synes at blive sat ind i forhold til aftensmåltidet. Den anden mulighed for at spise sammen, nemlig morgenmåltidet, har ikke helt samme bevågenhed. En undersøgelse fra 1997, foretaget af Dansk Institut for Klinisk Epidemiologi (DIKE) blandt 25.000 gymnasie- og HF-elever vedr. deres spisevaner og livsstil, viste, at 35 pct. af pigerne og 26 pct. af drengene ikke spiser morgenmad hver dag (DIKE 1997). Dvs. at de heller ikke har spist sammen med nogen. – Eller sagt på en anden måde: det er det kulturelt set vigtigste måltid, der udråbes til familiemåltids-idealet, medens kulturelt set mindre betydningsfulde måltider, som fx morgenmad og lunch der måske nok ellers er vigtigere i ernæringssammenhæng, ikke er omgærdet af samme respekt. Her kan nye mønstre lettere vinde indpas; i det mindste hvad angår „indhold“. En svensk undersøgelse af indvandrernes madvaner i Sverige understøtter denne antagelse (Koçtürk-Runefors 1991). Meget tyder da på, at jo mere afslappet vi tager på de „små“ måltider, desto mere vigtigt bliver det at samles om det „store“ måltid. Ellers ser det ud som om, at alting sejler. Og det giver vel ikke mening. Kulturforskningens gamle forehavende: at undersøge hvorledes man skaber orden i kaos, er stadig relevant. – Men denne kulturforskning har også et politisk aspekt. Kulturforskning handler ikke bare om kultur. Kulturen er ikke en absolut referent i sig selv.

Afslutning

Resultatet af de ovenfor omtalte paradokser kan beskrives som en såkaldt „gastro-anomi“. Vores madkultur er med andre ord konstant præget af dobbelthed og divergens: på den ene side og på den anden side. Vi både frygter og dyrker det nye, ligesom vi både frygter og dyrker det gamle. Vi er både bange for at stagnere og for at gå amok. Dette kan opfattes som en elendighed, som ”anomi”, men er på den anden side også udtryk for en kulturel forhandlingsvillighed. Under alle omstændigheder en dobbelthed og en udpræget mangel på éntydighed.

Denne dobbelthed bidrager i sig selv til at vanskeliggøre et standardkoncept for universalistiske kostkampagner. Disse kostkampagner har for det første haft en tendens til at operere med en forestilling om kostvaner som udtryk for en enhedskultur omfattende befolkningen som helhed. For det andet har de opereret med en kulturel éntydighed, som har svært ved at håndtere paradokser og manglende éntydighed i borgernes kostvaner. Man har haft en tilbøjelighed til at opfatte madkultur og folks kostvaner ”logisk”; men madkultur er et yderst ”ulogisk” forehavende. Og endelig har man haft svært ved at forholde sig til partikularistiske madkulturer i form af subkulturer, regionale, kønsmæssige, generationsmæssige og sociale variationer.

Med andre ord: kostkampagnerens universalistiske koncept har været ganske énøjet, for så vidt som den helt bortser fra de kulturelle variationer og mangfoldigheder i samfundet, der netop afspejler et væld af partikularistiske enklaver. Men hertil kommer, at også majoritetskulturen er stedt i foranderlighed og processualitet med modstridende tendenser og paradokser. Det synes de offentlige myndigheders kampagner ikke at have forståelse for. Tiden er inde til at tage problemet med det kulturelle demokrati – forstået som en afvejning af både almene rettigheder og partikularistiske interesser – alvorligt. Det

vigtige spørgsmål om folks madkultur og spisevaner kunne være et passende sted at begynde træningen i respekt for diversitet.

Niels Kayser Nielsen, Ph.D., Lektor

Historisk Institut, Århus

Litteratur

- Andersson, Sten 1988: *Matens roller*. Göteborg: Korpen.
- Dansk Institut for Klinisk Epidemiologi (udg.) 1997: *Undersøgelse af gymnasie- og HF-elevs sundhedsvaner og livsstil*. København.
- de Certeau, Michel 1984: *The Practice of Everyday Life*. Berkeley og Los Angeles: University of California Press.
- Douglas, Mary : „Deciphering a Meal“. *Daedalus* vol. 101 nr. 1, 1972.
- Ekström, Marianne 1991: Class and Gender in the Kitchen. I: Elisabeth Fürst m.fl. (red.): *Palatable Worlds*. Sociocultural Food Studies. Oslo: Pax.
- Featherstone, Mike 1995: *Undoing Culture. Globalization, Postmodernism and Identity*. London: Sage.
- Fiddes, Nick 1991: *Meat. A natural symbol*. London og New York: Routledge.
- Frykman, Jonas og Orvar Löfgren 1996: Introduction. The study of Swedish customs and habits. I: Jonas Frykman og Orvar Löfgren (red.): *The Force of Habits*. Lund: Lund University Press.
- Fürst, Elisabeth L'Orange 1995: *Mat – et annet språk. Rasjonalitet, kropp og kvinnelighet*. Oslo: Pax.
- Gullestad, Marianne 1989: *Kultur og hverdagsliv*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Götebo Johannesson, Pia 1996: *Mjölk, bär och eternelser. Om genus och tillvarons mångtydighet*. Stockholm: Carlssons.
- Hendry, Leo B., Janet Shucksmith, John G. Love og Anthony Glendinning 1993: *Young People's Leisure and Lifestyle*. London og New York: Routledge.
- Holm, Lotte og Iversen, Trine: „Moderne madvaner“. *Dansk Sociologi* vol. 8 nr. 4, 1997.
- James, Allison 1997: How British is British Food, in: Pat Caplan (red.): *Food, Health and Identity*. London og New York: Routledge.
- Jansson, Sören 1988: Maten och myterna. *Vår föda* 40, suppl. 2.

- Kayser Nielsen, Niels 1991: Sex, synd og råkost. I: Niels Kayser Nielsen m.fl. (red.): *Kroppens spejl. En antologi om idræt og sundhed*. Odense. Odense Universitetsforlag.
- Kayser Nielsen, Niels 1997: Madens kulturelle verdener – mellem opbrud og permanens. *Dansk Sociologi* 1997: 4.
- Koçtürk-Runefors, Tahire 1991: A Model for Adaption to a New Food Pattern. I: Elisabeth L. Fürst m.fl. (red.): *Palatable Worlds. Sociocultural food studies*. Oslo: Solum.
- Liedman, Sven-Eric 1997: *I skuggan av framtiden. Modernitetens idéhistoria*. Stockholm: Bonniers/Alba.
- Murcott, Anne 1998: The nation's diet. I: Sean Griffith og Jennifer Wallace (red.): *Consuming passions. Food in the age of anxiety*. Manchester og New York: Mandolin.
- Nilsson, Göran B 2001: Norsk matkultur – en gåva till mänskligheten. *Nytt norsk tidsskrift* 2001: 1.
- O'Doherty Jensen, Katherine og Lotte Holm 1998: *Mad og køn i socialt og kulturelt perspektiv. En litteraturgennemgang*. København: Veterinær- og Fødevarerdirektoratet.
- Ong, Walter J. 1991: The Shifting Sensorium. I: David Howes (red.): *The Varieties of Sensory Experience. A Sourcebook in the Anthropology of the Senses*. Toronto: Toronto University Press.
- Salomonsson, Anders 1996: The Swedish crayfish party. I: Jonas Frykman og Orvar Löfgren (red.): *The Force of Habits*. Lund: Lund University Press.
- Smart, Barry 1994: Digesting the modern diet: gastro-porn, fast food and panic eating. I: Keith Tester (red.): *The Flaneur*. London: Routledge.
- Turner, Bryan S. 2001: Outline of a General Theory of Cultural Citizenship. I: Nick Stevenson (red.): *Culture and Citizenship*. London: Sage.
- Warde, Alan 1997: *Consumption, Food and Taste. Culinary antinomies and commodity culture*. London: Sage.

SUMMARY

“Show me your refrigerator...”

Food is not simply a question of nutrition, but also of culture. This raises problems for governmental and public health propaganda, as it tends to neglect the complexity of taste and the many-faced preferences among people. These preferences are not only designated by health and national economy but also of the wish to combine meaning with on the one hand the notion of “a good life” and sociability during the meals and on the other hand status and distinction. This implies a self-

governed combination of both innovation and tradition, where e.g. local and regional food-preferences are combined with global innovations. The governmental universalism of propaganda is contrasted against the particularism and cultural complexity of people's everyday life.

The article raises, in general, the question of the relation between the general and the specific when working with cultural analyses.